

КОНТЕНТ-АНАЛИЗ И ИЗУЧЕНИЕ ПОНИМАНИЯ ТЕКСТА АУДИТОРИЕЙ

I. В современных исследованиях, применяющих методику контент-анализа, четко выделяются два направления.

Когда контент-анализ (в самом широком смысле) понимается как процедура выявления в тексте некоторой совокупности индикаторов, характеризующих внетекстовые элементы коммуникативной ситуации, тогда анализ содержания сообщения может дать вполне определенное знание о коммуникаторе (его ценностях, мотивах, специфических намерениях, наконец, о социальных отношениях, которые он отражает, и т.д.). В данном случае текст рассматривается как элемент социогенетической или же психогенетической зависимости и контент-анализ имеет своей целью более или менее полную реконструкцию этой зависимости. Большинство контент-аналитических исследований проводится в рамках такой модели: от следствия (текста сообщения) к причине (коммуникатору).

Однако при анализе текста сообщения можно поставить и другую задачу - выявление характеристик реципиента информации (либо же прогнозирование реакций аудитории на сообщение, обладающее определенными формальными или содержательными характеристиками). Так, например, изучение содержания наиболее популярных в данной социальной группе книг может дать важные сведения о социopsихологических характеристиках этой группы. Особенно важным в плане повышения эффективности действия средств массовой информации представляется прогностическое направление контент-анализа. Задача этого направления конкретизируется следующим образом: каково вероятностное воздействие сообщения, обладающего рядом характеристик, по возможности точно описанных (в идеальном случае замеренных), на определенную аудиторию, воспринимающую данное сообщение.

2. Исследования, относимые ко второму направлению, имеют, в свою очередь, два плана. С одной стороны, тексты подвергаются лингвостатистическому анализу с целью выявления факторов, эффективно влияющих на их доступность для понимания массовой аудитории (для письменных сообщений это так называемая проблема "читабельности"). С другой стороны, анализируются психологические, логико-структурные и другие параметры сообщений с точки зрения закономерностей убеждающей речи, в плане их возможного влияния на установочные структуры реципиента.

3. Исследования проблемы "читабельности", т.е. анализа формальных (стилистических) и содержательных факторов, затрудняющих или же, наоборот, облегчающих понимание текста "средним", массовым читателем (принадлежащим к определенной профессиональной или же социодемографической группе), проводятся в соответствии со сложившейся процедурой и включают в себя несколько этапов:

1) Из книг, статей, подлежащих анализу, берется репрезентативная выборка стандартных по длине отрывков.

2) С помощью различных методик проводится тестирование на понимание этих отрывков аудиторией, подлежащей обследованию.

3) На основании полученных данных (индексов понимания) каждому отрывку приписывается известная степень трудности, и отрывки ранжируются в соответствии с полученными индексами.

4) Производится лингвостатистический или же содержательный анализ отрывков, ранжированных по степени трудности, с целью выявления таких характеристик текстов, которые статистически значимо связаны с изменением индексов трудности.

5) Выявленные корреляционные зависимости изменения определенных параметров текста и роста трудности отрывков для понимания выражаются в виде некоторого уравнения регрессии.

6) Данное уравнение после соответствующих проверок на надежность распространяется на генеральную совокупность текстов и читателей определенной профессиональной или демографической группы.

4. Полученные в результате применения описанных процедур выводы не несут в себе чего-то неожиданного. Так, была показана положительная зависимость трудности отрывка от длины предложения, длины слова, степени разнообразия лексики отрывка, степени отклонения его лексики от лексического минимума данного языка и др. Тем не менее эта методика представляется достаточно перспективной, она позволяет заменить интуицию при оценке потенциальной трудности текстов для читателей статистически обоснованными и психологически проверенными нормативами доступности языка и содержания текста.

5. Исследования в этой области проводятся прежде всего на уровне стиля (Микк, Мацковский и другие у нас в стране, Флеш, Вийо, Грей и Лири и другие за рубежом). Однако данная методика, на наш взгляд, является поливалентной. Существует известная градация факторов, затрудняющих понимание сообщений. Стилистический, чисто лингвистический фактор при этом зачастую оказывается всего лишь внешним проявлением логико-синтаксических, семантических трудностей отрывка (текста). Выявление корреляционной связи между трудностью отрывка и определенным стилистическим фактором может рассматриваться поэтому как начальный этап исследования психолингвистических механизмов, лежащих в основе этой связи.

Разработка методик точного логико-структурного или же семантического описания текстов позволит применить контент-анализ для изучения более глубоких характеристик текста, в полной мере определяющих его доступность для читателя.

СОДЕРЖАНИЕ

ВЫПУСК II

РАЗДЕЛ III. КОНТЕНТ-АНАЛИЗ В СОЧЕТАНИИ С ДРУГИМИ СОЦИОЛОГИЧЕСКИМИ МЕТОДАМИ

	стр.
Б.А.Трушин, В.А.Полтораки	
"Общие суждения" и проблема сопоставления информации.....	7
Е.Г.Андрющенко	
Об изучении тематических интересов читателей газет	12
В.Э.Шляпентох, Е.С.Петренко, А.А.Маслин, С.А.Клигер	
Контент-анализ и экспертная оценка при изучении прогностических текстов.....	15
О.Б.Божков	
Опыт изучения ситуации интервью с помощью контент-анализа (методический эксперимент)...	18
О.Б.Божков, Н.В.Часова	
Документы сбора социологической информации как объект контент-анализа.....	24
Т.М.Ярошенко	
Контент-анализ социологических публикаций....	30
В.Н.Дмитриевский, А.Н.Алексеев	
Театральный репертуар как объект качественно-количественного анализа.....	34
С.Г.Сафро	
К вопросу о классификации ответов на открытые вопросы и их обработке.....	40

	стр.
Р. И. Цыганова	
Об одном способе изучения проблем повышения квалификации руководителей производства.....	44
В. Д. Файбусович	
Из опыта сопоставления данных контент-анализа и опроса.....	46
РАЗДЕЛ IV. ИЗ ПРАКТИКИ КОНТЕНТ-АНАЛИТИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ	
В. Г. Гельбрас, Г. Г. Зарубин, Г. С. Лончаков	
Из опыта качественно-количественного анализа прессы КНР.....	53
В. П. Секерин	
Контент-анализ в комплексном изучении газеты (некоторые методические выводы).....	58
А. В. Корбут	
Престиж профессии в материалах массовой ком- муникации.....	63
В. И. Казанцев	
Опыт исследования антиалкогольной темы на страницах газеты.....	67
В. А. Владыкин, Ю. П. Воронов	
Контент-анализ и рецензирование научной литературы	71
Л. А. Чернецкий	
Применение контент-анализа для изучения программ- руемой в ВУЗе структуры деятельности специалиста..77	
И. П. Волков	
Анализ содержания определений термина "личность" в отечественной науке.....	80
В. В. Максимов	
Применение контент-анализа для исследования научных отношений.....	84
РАЗДЕЛ V. КАЧЕСТВЕННО-КОЛИЧЕСТВЕННЫЙ АНАЛИЗ СОДЕРЖАНИЯ: МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЙ МЕТОД	
В. А. Асеев, Б. М. Фирсов	
Контент-анализ и изучение понимания текста аудиторией.....	89

	стр.
А.А.Брудный	
О психологии понимания текста.....	92
В.Е.Семенов	
О применении контент-анализа в социально- психологических исследованиях.....	94
В.Ф.Чеснокова	
Об одном подходе к извлечению из текстов фрагментов системы ценностей автора.....	98
Н.А.Логинова, В.Е.Семенов	
Биографический метод и контент-анализ.....	104
В.Руус	
Об одной методике анализа учебных текстов.....	107
В.И.Батов	
О частотном анализе альтернативных сообщений...	111
Л.Г.Гафт	
Анализ содержания документов и источниковедение..	116
Ю.П.Воронов	
Из истории анализа содержания личных документов..	120
В.М.Зверев	
Из опыта наукометрических наблюдений в области истории социологии в России (1860-е гг.-1917г.)..	122
Об авторах.....	125